Rap français, humour et identité(s)

*Cyril TRIMAILLE **

Le rap détourne la syntaxe pour procéder au renversement du stigmate. Pas seulement. Par l'humour qui découle de toutes sortes de télescopages linguistiques, l'identité figée tremble et *s'éclate* pour... s'ouvrir.

L'humour ne se résigne pas, il défie ;
il implique non seulement le triomphe du moi
mais encore du principe du plaisir,
qui trouve ainsi moyen de s'affirmer
en dépit de réalités défavorables.

S. Freud

Le titre de cette revue en fait une tribune propice à accueillir ces quelques lignes sur le rap français, qui produit et donne à entendre des « écarts d'identités ».

Né sous la forme de fêtes dans les rues newyorkaises à la fin des années 70, le rap a acquis en quelques années, notamment sous la période reaganienne, un fort caractère d'engagement social. Il est arrivé en France après cette mutation refondatrice et s'y est affirmé comme un espace de critique et de contestation sociales. C'est en l'état que des réseaux urbains de jeunes majoritairement issus des immigrations, par ailleurs sous-représentés dans tous les domaines valorisés de la société, se sont appropriés le genre et y ont apporté une contribution déterminante, au point de faire de la France le deuxième producteur mondial. Ils ont inventé le rap à la française, en faisant à la fois un mode artistique d'inscription dans un espace socio-urbain relégué et conflictuel, et parfois une sorte de carnet de voyages poétiques et symboliques « au pays ». A l'instar de nombreux artistes, cinéastes ou comiques, issus de minorités culturelles, les rappeurs abordent souvent des questions liées à l'identité (1) sur les modes poétique et humoristique. Ils établissent ainsi une connivence afin de proposer, ou d'imposer, selon leur niveau de visibilité et leur influence, des visions du monde et des rapports sociaux. Un temps ignoré, le

** Laboratoire Lidilem, Université Stendhal, Grenoble*

rap a conquis peu à peu un succès et une visibilité qui en font aujourd'hui en France un vecteur majeur de communication.

La sociolinguistique tente de décrire et d'interpréter cette communication, en étudiant les relations qui existent entre les rappeurs et leurs ressources linguistiques et culturelles, en lien avec le contexte de production, lui-même modifié par le « phénomène rap ».

Ne pouvant épuiser le thème, je ne décrirai ici que quelques-unes des fonctions sociales et identitaires du rap français, en les illustrant d'extraits de chansons — d'artistes marseillais pour la plupart. Après avoir donné un aperçu des enjeux identitaires, je pointerai l'importance des procédés humoristiques et linguistiques qui sont en jeu dans le rap.

« Je chante donc je suis » (2) ou l'art comme *stratégie identitaire*

Comme la façon de se vêtir, les propos tenus, les langues dans lesquelles ils sont énoncés, permettent de manifester des appartenances. Dans cette mesure, les textes de rap, en tant qu'événements de communication, mettent en circulation l'historicité des rappeurs et leurs représentations d'eux-mêmes et de leurs groupes d'appartenance. Ils contribuent ainsi à projeter dans l'espace public des images de soi et de l'Autre, à modifier des représentations mutuelles et par conséquent à faire évoluer des paramètres constitutifs de rapports identitaires. Les paroles de rap sont donc porteuses de stratégies identitaires, indissociables de stratégies sociales.

Stratégies d'insertion sociale, parce qu'en tant que travail artistique, le rap offre des modes alternatifs de socialisation et de professionnalisation, qui permettent de sortir de la « galère », et propose à des jeunes des modèles d'identification positive autres que les stéréotypes négatifs de l'ouvrier ou des « racailles ».

Mais stratégies identitaires (3) avant tout, parce que le rap est une *action collective* émanant majoritairement de Français descendants d'immigrés qui refusent autant l'invisibilité que l'assignation d'une identité « immigrée » par la majorité. Parmi les plus saillantes, la *recomposition identitaire*, est la production d'une nouvelle identité collective, induite par une communauté de destin et par le traitement globalisant opéré par la majorité. Comme le souligne J. Billiez (4), les rappeurs « se réapproprient et inventent de nouveaux modèles culturels et identitaires hybrides, qui s'opposent aux modèles dominants ». L'émergence de pratiques langagières spécifiques, l'attachement à un quartier, aux cités (5), à une ville, ou à un département, ou l'affiliation à des éléments afro-américains en sont de bons exemples.

Egalement fréquemment mis en œuvre par les artistes issus de minorités, le *renversement du stigmate* est très présent dans le rap : il consiste à utiliser, en le considérant comme positif, un trait perçu comme négatif par le groupe majoritaire. Assez naturellement, ces jeux et renversements de sens s'expriment par des procédés humoristiques.

Humour et détournements…

« Etre lucide face à un homme dans l'erreur, surtout si c'est un puissant de ce monde, procure la jouissance de la supériorité retrouvée » (6). Se transformant en « éthologues caustiques » (7), à la façon d'un Céline ou d'un Desproges, les rappeurs manient l'humour (8), qui assume des fonctions poétiques, argumentatives et identitaires. On retrouve dans la chanson rap divers types d'humour relevés par R. Favre (9), mais plus particulièrement ce qu'il appelle le rire *de transgression* qui s'en prend aux valeurs ou aux emblèmes de la société, *le rire d'agression* (par dérision) ou encore *le rire de revanche*.

Souvent utilisé de façon humoristique, le procédé favori des rappeurs consiste à mobiliser une grande diversité d'éléments culturels propres ou plus largement partagés (10), pour les détourner ou les hybrider, ce qui leur permet de référer à la culture commune tout en manifestant des spécificités, et de fustiger ce qu'ils jugent injuste ou inepte (11).

L'humour est également mobilisé dans des portraits satiriques pour infirmer des stéréotypes, en les utilisant de façon ironique, ou pour tourner en dérision des agents sociaux archétypaux de la domination. Ces caricatures intègrent certaines dénominations des personnes ou de groupes qui prêtent aussi à sourire, comme les « Du Guesclin » (12) pour désigner les Français de souche, les « charlots au combi bleu » (13) pour les policiers. Ces portraits-types, prennent parfois vie dans des saynètes insérées dans les chansons ou narrées (14).

Ces scènes courtes permettent également d'évoquer indirectement les questions linguistiques, au cœur de la problématique identitaire. C'est le cas d'une scène dans laquelle un membre d'IAM vante la « 404 bâchée » avec un fort accent algérien que les enfants n'ont jamais dans la réalité. Le procédé humoristique est fondé sur la stigmatisation majoritaire de cet accent, souvent l'objet de moqueries, mais aussi sur l'association à un type de voiture lui-même corrélé par la majorité, à une identité « maghrébine » (15). Même s'il ne rime pas toujours avec humour, le métissage langagier est une marque de jubilation linguistique plurilingue qui produit parfois des effets comiques. Ces jeux avec les codes sont une manière de plus pour les rappeurs d'exhiber et de (re)valoriser des appartenances ethno-culturelles plurielles.

Des études menées dans plusieurs disciplines des sciences humaines, il ressort qu'en assumant le rôle de porte-parole des minorités, les rappeurs contribuent à créer une culture commune et une solidarité sociale entre groupes minorés. Ils les affirment dans l'espace public pour sortir du dilemme identitaire dans lequel les représentations dominantes ont tendance à les enfermer. Ils dessinent ainsi les contours d'une nouvelle ethnicité (16), qui au-delà de la question de l'intégration des immigrés et de leurs descendants, interroge énergiquement et vitalise l'identité française.

■

(1) L'identité est une « réalité » à l'interface de l'individuel et du social, construite et reconstruite en permanence dans les interactions entre sujets et les relations entre groupes. Elle est une sorte de point d'équilibre dynamique entre des facteurs qui interagissent mutuellement.
(2) Freeman, *C'est notre hip hop*.
(3) La notion de stratégies identitaires rend compte des moyens symboliques que mettent en œuvre les membres de groupes sociaux pour construire, maintenir ou restaurer leur auto-estime. Les termes référant aux différentes conduites stratégiques sont empruntés à I. Leonetti-Taboada, 1991, « Stratégies identitaires et minorités », *Migrants formation* n° 86.
(4) Billiez, J., 1998, « Poésie musicale urbaine : langues et identités entrelacées », *Les politiques linguistiques mythes et réalités*, Aupelf-Uref.
(5) « Africano / Arawi / Latino / Je viens des téci / Je vous l'avais dit / on fera notre place dans ce pays », Rocca, *Animalement vôtre*.
(6) Favre, R., 1995, *Le rire dans tous ses éclats*, PUL.
(7) IAM, *Harley Davidson*.
(8) Qui peut être tour à tour léger, noir ou grinçant, parfois même symboliquement violent.
(9) Favre R., *op. cité*.
(10) Ces détournements portent sur des éléments issus de diverses productions culturelles : TV, pub, informations, musique, cinéma, mais devises, proverbes, littératures contemporaine ou classique, mythologies, textes religieux. Ainsi, « Do the raï thing » d'IAM renvoie au style musical issu du Maghreb et à un film de Spike Lee sur la condition noire, les bandes et la culture hip hop aux Etat-Unis.
(11) Par exemple la discrimination : « on s'habille pas pareil tu vois / seulement l'habit fait le moine » (Shurik'N, *L.E.F*); la montée du FN dans les années 90 : « Au royaume des aveugles le borgne est roi » (IAM, *Planète Mars*) ; ou la frime en moto : « lunettes de soleil en pleine nuit tu m'étonnes que tu ne vois plus personne en Harley Davidson » (IAM, *Harley Davidson*)
(12) IAM, *Attentat*.
(13) Le 3ème Œil, *Hymne à la racaille*.
(14) Comme cette saynète qui convoque un stéréotype négatif concernant Marseille pour l'infirmer en mouchant ceux qui l'énoncent « Gus, soi-disant ma ville pue en plus / Dieu t'a-t-il fait avec un anus au lieu des sinus? »(Akhénaton et Fonky Family, *Bad boys de Marseille)*. Ou les deux suivantes (Akhénaton, *Eclater un type des Assédics*) qui dénoncent la discrimination et l'absurdité de certaines formalités dans les services publics en faisant parler un fonctionnaire, « Vous n'avez pas la jambe gauche bleue, vous n'avez pas le droit à l'indemnité » ; ou en présentant un contrôleur pris en flagrant délit d'impolitesse et sommé de réparer : « Les hommes ont un langage afin de communiquer / Et pour la politesse ils ont créé 's'il vous plaît' / Tu voudras bien le dire quand tu vois ma face: OK? / Sinon ticket peut donner un taquet! ».
(15) « Mon frère Tu connais la 404 bâchée, en plein effet La mécanique, elle est impeccable » *(prononcé* « imbacable »*). On a aussi à l'esprit la 504 break « pigeot » surchargée, associée à l'image de la famille nombreuse : ce stéréotype est utilisé par le groupe 113 dont le succès «* Tonton du bled » *raconte les péripéties d'un jeune d'origine algérienne lors de vacances en Algérie.*
(16) Bazin, H, 1997, « De nouveaux mots pour de nouveaux espaces », *Skhôlé* n° hors-série.